


ВИБІР ТА ОБГРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ

В статті представлено огляд існуючих типів інноваційних стратегій та удосконалено підхід до їх класифікації. На основі змістовної характеристики основних інноваційних стратегій обґрунтовано вибір типу даних стратегій для вітчизняних підприємств.

Ключові слова: інновації, інноваційна стратегія, типи інноваційних стратегій, вибір інноваційної стратегії.

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні одним з необхідних умов економічної успішності підприємства є наявність у нього стратегії розвитку. В умовах ринку рівень конкурентоспроможності та фінансової стійкості підприємства залежить від інноваційної стратегії. Інноваційна стратегія є частиною стратегії розвитку підприємства й може бути спрямована на ефективне використання й збільшення потенціалу підприємства й часто розглядається як відповідна реакція на зміну макросередовища. Вона є одним із засобів досягнення місії і цілей підприємства, яке відрізняється від інших своєю новизною для підприємства і, можливо, для галузі, споживачів, ринку.

З вибором стратегії пов'язана розробка планів НДДКР та інших форм інноваційної діяльності. Інноваційна стратегія повинна передбачати різноманітний розвиток подій та адекватно реагувати на зовнішні та внутрішні загрози. Тому, сьогодні проблема вибору оптимальної інноваційної стратегії вельми актуальна для вітчизняних підприємств, так як у зв'язку з розвитком науково-технічного прогресу ринкова економіка здобуває усе більш інноваційний характер. 

Дослідження проблем управління інноваційною стратегією підприємства знайшли одне з провідних місць у сучасних працях вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Проблема вибору, розроблення й реалізації інноваційних стратегій розвитку підприємства займали І.Ансофф, О.Василенко [2], А.Гриньов, П.Завлін, С.Ілляшенко, С.Льєнкова, М.Йохна [8], Н.Краснокутська [5], М.Портер, Є.Родіонова [6], А.Санто, В.Стадник [8], А.Томпсон, Р.Фатхутдінов [9], Л.Федулова, К.Фрімен [11], В.Чубай [10] та ін. Однак дана тематика потребує подальшого теоретичного і практичного обґрунтування, оскільки не достатньо чітко визначено деякі особливості класифікації інноваційних стратегій для вибору найефективнішої з них.

Метою та основними завданнями статті є огляд існуючих типів інноваційних стратегій та на основі змістовної характеристики даних стратегій обґрунтувати вибір ефективної інноваційної стратегії для вітчизняних підприємств.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Процес обґрунтування та вибору інноваційної стратегії підприємства безпосередньо пов'язаний з управлінням змінами та є запорукою успіху інноваційної діяльності, а також найважливішою складовою циклу інноваційного менеджменту. Підприємство може опинитися в кризі, якщо не зуміє передбачати обставини, що змінюються і відреагувати на них вчасно. В зв'язку з цим, в останні роки більшість підприємств промислово розвинених країн почали активно впроваджувати інноваційну модель підприємництва, що передбачає пошук нових шляхів розвитку підприємства.

Вибір інноваційної стратегії з урахуванням життєвого циклу товару проходить декілька етапів (рис. 1).

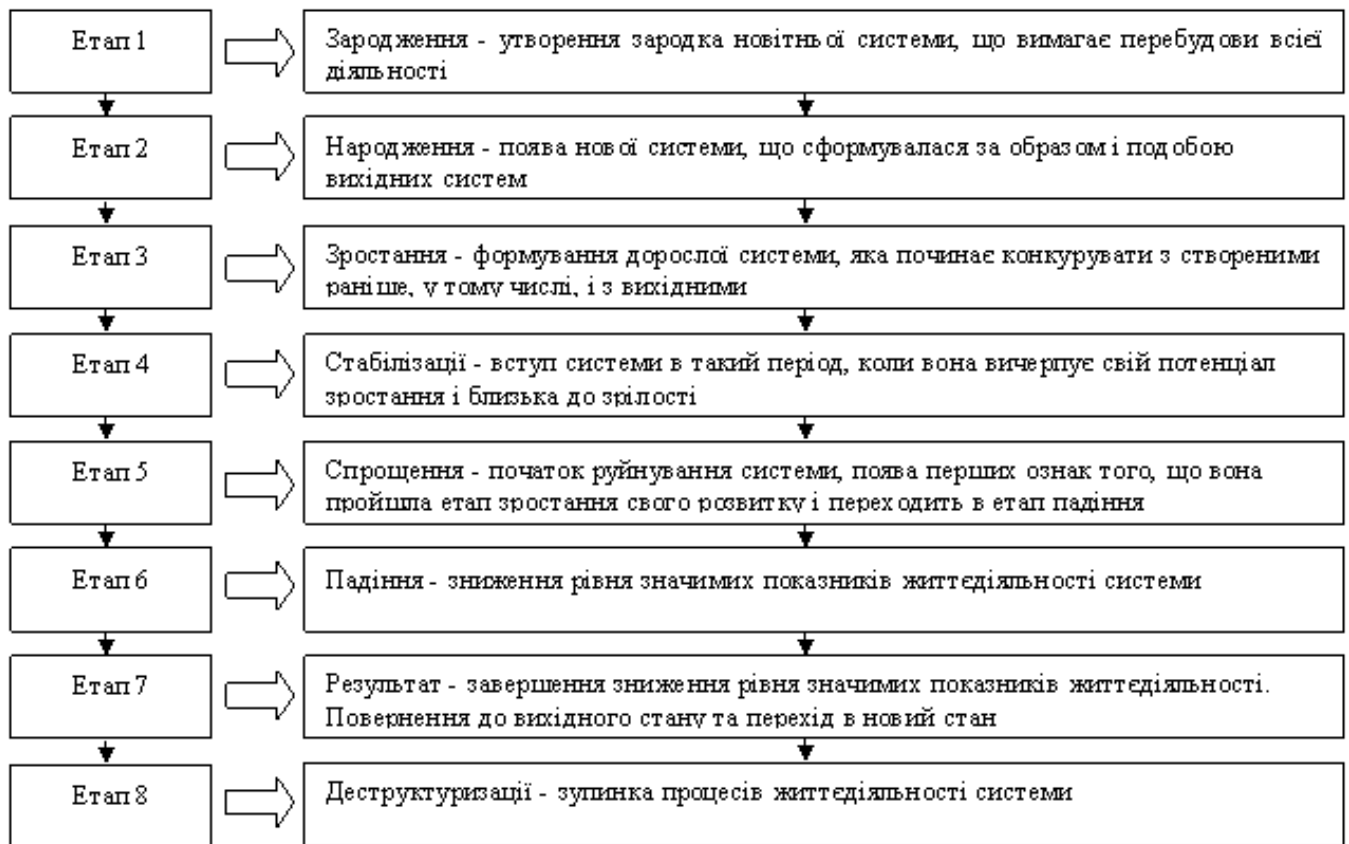


Рис. 1 Етапи життєвого циклу товару при виборі інноваційної стратегії

При виборі інноваційної стратегії зазвичай беруть до уваги ринкову позицію підприємства, проведену їй науково-технічну політику, а також стадію життєвого циклу, на якій знаходяться ті чи інші продукти або послуги, пропонувані підприємством [3, с. 22].

На сьогодні, існує велика кількість базових інноваційних стратегій. Вони розділені за видами на основі

досвіду багатьох підприємств. Кожне підприємство, що займається інноваційною діяльністю, може вибрати будь-який вид стратегії, виходячи з власного напрямку розвитку. Проте, при виборі інноваційної стратегії необхідно врахувати загальну стратегію підприємства та її організаційну структуру управління. Загальні і інноваційні цілі повинні гармоніювати одні з одними [1, с. 31].

Вибір інноваційної стратегії підприємства суттєво впливає на посилення конкурентоспроможності його продукції, та, навпаки, вибір інноваційної стратегії у свою чергу залежить від рівня конкурентоспроможності його інноваційної продукції.

Аналітичний огляд наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних авторів свідчить про існування широкого спектра різновидів стратегій, які мають свої ознаки та характеристики.

Англійський вчений-економіст К. Фрімен виділяє шість основних видів інноваційних стратегій підприємства: наступальну, захисну, імітаційну, залежну, традиційну та «за нагодою» [11]. Близькими є погляди В. Стадник та М. Йохна, які пропонують розглядати чотири типи інноваційних стратегій: стратегію наступу, імітаційну стратегію, залежну стратегію та стратегію «за нагодою» (стратегію «ніші») [8, с. 89]. Вітчизняний науковець О. Василенко виділяє також авангардну інноваційну стратегію [2]. А. Санто класифікує інноваційні стратегії за рівнями управління в межах інституціональних інноваційних стратегій [7, с. 6]. Вчений виокремлює пасивну, наступальну та стагнаційну стратегії. Особливої уваги заслуговує класифікація Є. Родіонової [6, с. 36], яка інноваційні стратегії поділяє на стратегію технологічного лідера (наступальну), стратегію слідування за лідером (захисну), стратегію диверсифікації та імітації, а також в рамках даної класифікації, підтримуючи думку А. Юданова та Р.Фатхутдінова [9, с. 348] пропонує розглядати конкурентні стратегії: віолентну, експлерентну, комутантну та патіентну, пропонуючи для кожної з них ті види інновацій, які за спрямуванням і кардинальністю найбільш доцільно впроваджувати підприємствам, що обрали вищеперелічені стратегії. В. Чубай пропонує власну класифікацію інноваційних стратегій виділяючи при цьому такі основні види, як: прогресивна, донорська, адаптивна, спекулятивна, стратегія комбінування, удосконалення та першовідкриття [10, с. 348]. Такий погляд є досить цікавим, проте певні види інноваційних стратегій мають схожі змістовні характеристики з розглянутими вище стратегіями.

Дослідження, які були проведені вченими дають підстави поділяти інноваційні стратегії підприємства на активні та пасивні (рис. 2). В рамках такого підходу, на думку автора, доцільно виокремити вісім основних типів інноваційних стратегій, які найчастіше зустрічаються в науковій літературі. Розглянемо кожен з даних інноваційних стратегій детальніше.

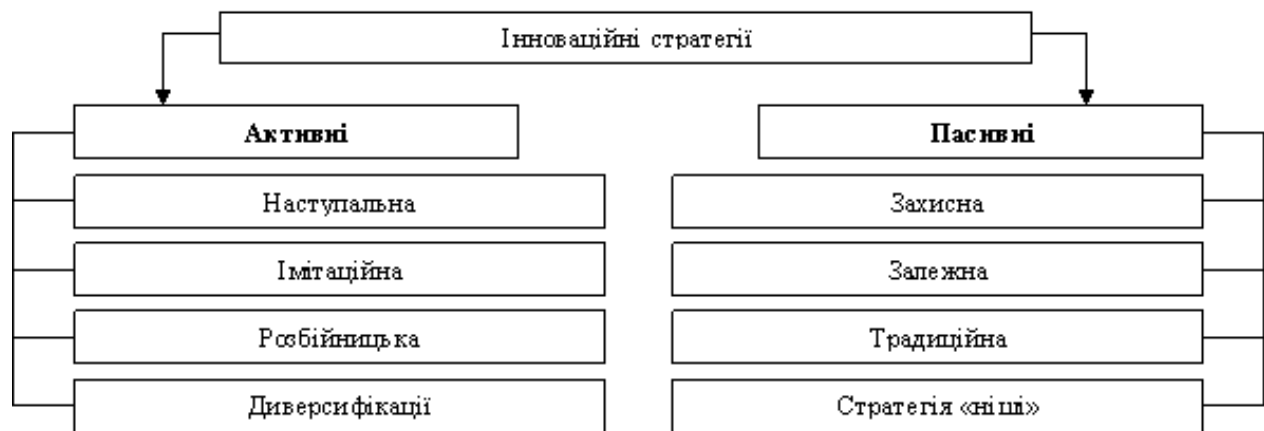


Рис. 2 Класифікація інноваційних стратегій підприємства

Наступальна інноваційна стратегія характерна в основному для підприємств, які будують свою діяльність на

принципах «підприємницької конкуренції» та розробляється для реалізації загальної стратегії зростання. Для реалізації наступальної стратегії необхідна орієнтація на дослідження (у багатьох випадках навіть на фундаментальні) в поєднанні із застосуванням новітніх технологій. Цей вид стратегії вимагає високої кваліфікації при розробці нововведень, уміння швидко реалізувати нововведення і здатності передбачати ринкові потреби. Стратегія наступу характерна для великих об'єднань і підприємств, проте, може бути реалізована і невеликими підприємствами (особливо інноваційними організаціями), якщо вони концентрують зусилля на одному або двох інноваційних проектах.

Імітаційна інноваційна стратегія включає в себе запозичення досвіду інноваційних лідерів в галузі або використання нових технологій шляхом закупівлі ліцензій у інших підприємств. При цьому імітуються основні споживчі властивості інновацій, випущених на ринок підприємствами, що займають лідируючі позиції. Проте для успіху на ринку підприємства-імітатори повинні мати певні переваги у виробництві аналогічної продукції порівняно з підприємствами-піонерами, постійно вдосконалюючи та модернізуючи запозичені види продукції [4, с. 25].

Стратегія диверсифікації включає розвиток комплексних інновацій у різних сферах: удосконалення старої продукції, розширення модифікаційного ряду, технології у різних сферах діяльності підприємства тощо.

Стратегія ліцензування передбачає використання інноваційних розробок, виконаних іншими підприємствами. Проте більшість підприємств інноваційну політику проводять не тільки на основі використання нововведень, отриманих власними силами, але і з урахуванням можливостей використовувати інновації, розроблені іншими. Це означає, що вони застосовують інноваційну стратегію ліцензування поряд з іншою (наприклад, з наступальною).

Підприємства, що дотримуються захисної інноваційної стратегії, намагаються якнайшвидше запатентувати інновацію, щоб захистити її від конкуренції та появи на ринку товарів субститутів. Підприємства із захисною інноваційною стратегією займають позиції поряд чи трохи позаду наступальних фірм, аналізуючи досягнення й помилки останніх.

Залежна інноваційна стратегія визначається тим, що характер технологічних змін на підприємстві залежить від політики інших фірм, які виступають як основні в коопераційних технологічних зв'язках. «Залежні» підприємства не роблять самостійних спроб змінити свою продукцію, оскільки вони тісно пов'язані з вимогами до неї провідного підприємства.

Інноваційна стратегія «ніші» пов'язана з використанням інформації та можливостей, які виникають у зовнішньому середовищі підприємства. Її характерною особливістю є відсутність власної науково-технічної діяльності. Інноваційний розвиток тут забезпечується своєчасним виявленням ринкових можливостей, які відкриваються перед підприємством у нових обставинах, знаходженні особливих ніш на існуючих ринках товарів і послуг, що мають споживача з нетиповим, але значущим різновидом потреб.

Традиційна інноваційна стратегія орієнтується на підвищення якості існуючих продуктів на існуючій технологічній базі. На традиційних виробництвах закріплюються певні інноваційні форми на тривалий період їх життєвого циклу.

Після вибору найпривабливішої інноваційної стратегії приймається рішення про виділення ресурсів на розроблення нових проектів.

Таким чином, при визначенні найпривабливішої інноваційної стратегії підприємства дотримуються певних критеріїв, серед яких найважливішими є:

- відповідність можливостям і загрозам зовнішнього середовища;
- відповідність цілям підприємства і сумісність з її місією;
- досягнення конкурентних переваг за рахунок використання сильних сторін підприємства і сильних сторін (переваг) конкурентів;
- наявність необхідних ресурсів, наукового, технічного, виробничого, кадрового потенціалів;
- досягнення балансу між усіма структурними підрозділами підприємства;
- використання ефекту синергізму інноваційної діяльності як єдиної системи [5].

ВИСНОВКИ

Таким чином, обґрунтовуючи вибір інноваційної стратегії, керівники повинні враховувати її відповідність базовій стратегії розвитку підприємства, прийнятній їй за рівнем ризику, а також передбачати готовність ринку до сприйняття новинки. Вдосконалення вибору інноваційної стратегії надасть можливість промисловим підприємствам адекватно оцінювати інноваційні проекти і сміливіше впроваджувати їх, що, в цілому, сприятиме оптимізації інноваційної діяльності в промисловості та поліпшенню економічної ситуації в країні.

Отже, результати дослідження можуть бути використані в подальшому вивченні інноваційних стратегій та їх ефективному впровадженні в діяльність промислових підприємств України.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бузулукина Е.М., Шаповалов А.А. Выбор и обоснование инновационной стратегии / Е.М. Бузулукина, А.А. Шаповалов // Белгородский экономический вестник. – 2011. - №1. – С. 30 – 36.

2. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент / В.О. Василенко, В.Г. Шматько ; за ред. В.О. Василенка. – К. : ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.
3. Зибрева Е. М., Гарифуллин Р. Ф. Классификация стратегий инновационного развития промышленного предприятия / Е. М. Зибрева, Р. Ф. Гарифуллин // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2012. - №1. – С. 22 – 24.
4. Зянько В.В., Зянько В.В. Механізм формування інноваційної стратегії підприємства / В.В. Зянько, В.В. Зянько // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2010. – Вип. 6. – Т. 1. – С. 24 – 30.
5. Краснокутська, Н.В. Інноваційний менеджмент: навч. посібник [Текст] / Н.В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
6. Родионова Е. В. Инновационные стратеги предприятий / Е. В. Родионова // Наука и экономика. – 2011. - №3 (7). – С.36–38.
7. Санто Б. Сила инновационного саморазвития / Б. Санто // Инновации. – 2004. – № 2. – С. 5 - 15.
8. Стадник В.В., Йохна М.А. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: навч. посібник / В.В.Стадник, М. А. Йохна. – Хмельницький : ХНУ, 2011. – 327 с.
9. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : 2005. – 448 с.
10. Чубай В. М. Суть і види інноваційних стратегій машинобудівних підприємств / В. М. Чубай // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2010.- № 1 (3). - Т. 2. – С. 347- 356.
11. Freeman C. The Economics of industrial innovation / C. Freeman. – The MIT Press, 1982.

Отримано 20.03.2013р.

© Семенюк Олександр Миколайович, аспірант кафедри обліку та аудиту Хмельницького національного університету, e-mail: semenvukom@gmail.com